



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

## 我们是如何形成经济报道特色的——谈《浙江经济报》的“三抓”思路

时间: 2003-10-1 11:36:08 来源: 中国新闻研究中心 作者: 卜玉超 阅读1254次

以“三抓”吸引读者

众所周知,在改革开放中,浙江的经济发展速度在全国是名列前茅的。在这片土地上,出现了中国的第一个专业市场,创造出了生命力强盛的“温州模式”,出现了许多富有传奇色彩的区域经济典型。因此,浙江可以说是一块经济报道的宝地,有取之不尽、用之不竭的报道资源。但是,经济报道如何才能吸引读者,如何才能为当地的经济建设服务,我们在实践中通过不断的摸索和总结,把经济报道的组织和策划工作的重点放在“三抓”上面,即在报道中抓经济事件,抓经济现象,抓特色经济。

首先,我们在经济报道中十分注意用经济事件来吸引读者的眼球。什么是经济事件?如果按照教科书的解释,经济事件应是指那些在经济建设和经济生活中发生的“不平常的大事情”,但在现实生活中是可遇而不可求。我们选择经济事件的标准是,只要从建设社会主义市场经济角度看有一定的社会性、典型性和代表性,而且又是党和政府以及民众关注的,不论事情大小,都可以当作“经济事件”来看待。比如,在1996年,我们抓了两个很有影响的经济报道策划,一个是金华市色织布厂厂长吴少华拿重奖后辞职的事。吴作为一位国有企业的厂长,在企业困难的情况下,与当地经济管理部门签订了承包合同。经过这位厂长自身的努力和 market 情况好转的有利机遇,他拿了37万元的重奖。但当市场发生变化,企业经营效益下滑时,他却以身体不好为由,向主管部门提出了辞职申请。而根据合同,主管部门只能将他的2万元承包风险金没收了事。另一个是,杭州市第二丝绸服装厂厂长王发泉曾是杭州市丝绸系统里名气很大一名厂长,他曾领导“二丝服”创造出辉煌的业绩。但后来由于在上级主管部门放权后,王发泉专断独行,多次决策失误,企业的党委和工会对他又没有发挥应有的监督作用,最后导致了企业的破产。这两件事说大都不算太大,前者只关系到一个厂长的去留;后者大些,关系到几百名职工的生活和就业。我们抓住这两件事做文章,主要依据是,当年深化国有企业改革正是浙江的重点工作之一,各地成功的经验不少,但不完善的问题也不少。这两个企业虽然不大,但发生的事很有典型性、代表性。一个是对企业承包经营如何做到奖得合理,罚得也到位的问题;一个是在对企业放权、松绑后,如何对企业经营者实行有效监督和管理的问题。这样的事,不仅党委、政府关注,广大群众也很关注。

当然,要想用新鲜的经济事件来吸引读者,还必须做到:第一,事件必须是鲜活的。第二,事件要有故事性。像吴少华的事,是很曲折的,很有故事性。企业经营状况好自己拿重奖,企业经营效益下滑一拍屁股走人。这样的事,能不吸引读者的眼球?

其次,在各种各样的经济现象中,我们要做好“反常现象”的文章,因为这类报道更有吸引力。比如,浙江的永康市是著名的五金之乡,自从上世纪九十年代初开始,这里多次出现产品

· 宏观经济报道思考

· “两全”难在哪里? —...

生产和开发上的“一哄而上，一哄而下”的问题。按常规思维，如此一次又一次的“折腾”，这里的经济应该搞得一团糟才是。但出人意料的是，这个县的经济建设却是蒸蒸日上，是浙江的经济强市（县）之一。省内许多媒介虽也对这里的经济建设作过一些报道，但大多是从如何防止重复建设的角度提问题、提建议，却很少有人对这里“浪潮式经济现象”进行研究和分析，找出其深层次的原因来。于是在2002年，我与一名记者通过深入采访，写出了长篇报道《大浪过后始见金》，对这里的经济为何折腾多但却上得快作了深入的剖析，报道发出后引起了很好的反响。

又如，“文化搭台，经济唱戏”，这几年在浙江也是十分盛行，省里办节，市县办节，乡镇也办节。有许多“节”其实是劳民伤财，搞得怨声载道。许多市县的领导也知道这股风非刹不可，但却年复一年办下去，而且还有愈演愈烈之势。2000年我们一位记者写了一篇《百节闹浙江，浙江怎么办？》的报道，我们放在头版头条的位置上推出。这篇报道一经发出，分管副省长看了以后，立即约见了记者，作了批示。我们就势而上，对这一现象作了深入分析，并组织记者采访了全省十多位市、县领导，让他们就如何改进“办节”发表了意见和看法，在社会上都引起了很大的反响。

第三，浙江经济的最大特点是区域经济的强大和各具特色。抓住了这一点不仅抓住了浙江经济报道的关键，而且也抓住了人们的注意力。人们现在谈起浙江经济都说是民营经济起了重要的作用，这话不错。但浙江的民营经济则是扎根在特色经济的基础上的。比如，温州的皮鞋业，绍兴的轻纺业，柳市的低压电器，海宁的皮革业，义乌的衬衫业，嵊州市的领带业，永康的五金业等等，无不在全国享有较大的名气。而正是这些区域性的特色经济撑起了浙江的整个经济，使浙江省的经济总量位于全国第四。我们看到，要报道浙江经济就必须做好各地特色经济的文章。因此，我们不但开辟了区域经济专版，而且举办特色经济研讨会，并组织采访力量对这些特色经济逐个进行深入的剖析。

### 做好新闻背后的三篇文章

对经济事件，我们的重点是“挖掘”，着力找出新闻背后的东西；对经济现象，我们的重点是放在“剖析”上，努力找出其合理的科学的东西来；而对浙江的特色经济，我们则把重点放在做好“解谜”工作，向读者端出“谜底”。

对经济事件的报道，我们着力找出新闻背后的东西。人们关注经济事件，他们不仅想知道发生了什么，还想知道为什么，与自己的关系如何。

新闻背后的东西，内容也是很广泛的。比如，有政策方面的、社会方面的、市场方面的、个人方面的等等。但是每一篇报道，从什么方面挖掘进去，则要注意做到“三贴近”，即要贴近社会、贴近生活、贴近群众。找出当时最热门的话题来。1996年我们抓吴少华和“杭州二丝服”的报道时，国企改革是当时工作的重点之一，各种招数迭出。对企业经营者的重奖，给企业经营者放权，都是当时普遍被看好的办法。但不可否认的是，一些地方在推行这些做法时，也出现了不少值得注意的问题。出现问题的原因是什么，如何加以完善，不仅领导关心，企业的职工同样也很关心。所以关于吴少华的报道，关于“二丝服”的报道，都能引起社会的关注。

对经济现象进行剖析，我们主要是从宏观角度上去进行。因为只有从全局的角度加以把握，分析它的整体性、关联性，这样的经济新闻才会有深度，才会引起人们的关注，才会对实际工作有推动作用。比如，在1997年，我们的记者在采访中了解到，设备先进的江山虎山水泥厂在国家进行水泥生产结构大调整的形势下，不去生产高标号的水泥，却用先进设备去生产低标号水泥，与技术设备比较差的企业争夺低标号水泥市场，引起当地水泥行业激烈争论。记者写来的报道引起了我的注意，于是我们决定对这一现象进行报道。我们从市场经济必然会产生激烈的市场竞争的角度，从“江泥”的行为是否符合市场规律这方面深入进去，使人看到“江泥”的这一看似不合理的行为，其实是他们从当时的市场需求作出的一个合理的举动。因为在

当时，低标号水泥的市场需求大，销路畅，而高标号水泥积压严重，“江泥”的6条生产线已经有两条停工。与其停工，不如生产尚有一定利润的低标号的水泥了。后来这篇报道不仅引起了省建材总公司领导和省水泥协会有关领导的重视，而且还引起了分管工业的副省长的关注。

对浙江特色经济的报道，我们主要是做好“解谜”的工作。浙江经济对外省人来说，是个谜；浙江一些地方的经济发展，对浙江本省人来讲又何尝不是谜呢？如果能将谜底揭开，对别的地方发展经济一定会有启迪作用。最近几年来，我们报道过的有嘉善木业的“零资源”，永康的“浪潮经济”，义乌的衬衫业，大塘的袜业等等。而对这些特色区域经济的报道，我们的重点都是放在揭示“谜底”上。比如，义乌的衬衫业，义乌市大陈镇的衬衫已经在全国打响了名气，很多人认为义乌市其他地方不应再发展衬衫生产了。但偏偏就是在这种情况下，在义乌市又出现了苏溪衬衫业大发展的势头。为什么？我们在调查中发现，苏溪衬衫业大发展的出现，与大陈衬衫业的市场选择和市场定位有很大的关系。大陈的衬衫业在经过几年发展之后，已经在向高档和名牌发展，而苏溪的衬衫业则是以低档产品为主，主打市场是北方经济欠发达地区。有的企业产品虽也销往广东等经济发达地区，但他们瞄准的是城市里的打工者，用当地人的话来说，叫做“专赚没钱人的钱”。

### 实施办法大有讲究

为收到事半功倍的新新闻报道效果，我们的经验是：

一、打响第一炮，提高受关注程度。我们抓的每一组系列性报道（或战役性报道），其第一篇报道都是我们重点经营的“重磅炮弹”。从报道的写法与标题，都是经过反复琢磨，力争能给读者留下深刻的印象。关于吴少华的报道，我们打头的文章标题是《吴少华，你到底该不该走？》；关于杭州第二丝绸服装厂的报道，第一篇报道的主标题是《发人深省的沉沦》；而关于江山虎山水泥厂的报道，第一篇报道的主标题是《“江泥”为何出此“下策”？》。在2001年，关于投资中出现“中梗阻”问题的报道，我们的第一篇报道的主标题是《一个括号搁浅一个亿》。

这些报道力争做到客观生动地介绍事情的经过始末，让读者第一眼就被吸引住，让他们不但看完这第一篇报道，而且还关心后面的报道。比如《发人深省的沉沦》的开头是这样写的：“自今年春节以来，杭州第二丝绸服装厂一直处于停工停产的状态。四月的一天，记者走进‘二丝服’。在工厂的传达室，六七个汉子正在打扑克。一听说我们是报社的，他们的第一句话就是：‘你们早该来看看了！’”接下去，记者写他在工厂所看到的场景和听到的种种议论，让人非一口气读完不可。

二、做好系列文章，形成一定的气势。每一组的报道，我们都是力争做出气势来，在一个月甚至两三个月的时间里连续发表多篇（一般在10篇左右，多时达到20多篇）有关报道。这些报道，有记者客观的叙述，也有当事各方的自我表白，还有专家和主管部门的评论。比如在1997年我们抓的《“江泥”为何出此“下策”》的重点报道中，我们先发记者采写的报道，后又让“江泥”的经营者出来做“解释”；再采访省建材公司、省水泥协会，请他们来分析；再采访省内规模或大或小的水泥企业来谈看法。对“江泥”的这一行为进行深入的剖析，前后发了十多篇报道，在一段时间里形成了报道的高潮和气势，加深了读者的印象。

三、开辟讨论专栏，让社会来参与。经济报道的深化，主要是通过所报道的事实剖析。但剖析仅仅靠记者来谈是远远不够的，还要让社会参与进来。为了做到这一点，我们在客观地介绍事情的经过始末后，都采用了在报上开辟专栏进行讨论的方式，让报道进一步得以深化。比如，对吴少华一事，我们开辟了《吴少华现象讨论》专栏；对“二丝服”，我们开辟了《我看“二丝服”悲剧》专栏。在开辟《我看“二丝服”悲剧》时，我们的“开栏话”是这样写的：

杭州第二丝绸服装厂垮掉了！它垮得令人痛心，它垮得发人深省。虽然在激烈的市场竞争中不会有“常胜将军”，但“二丝服”的败落，却的确有许多值得我们思考的东西。人们说：“搞

好一个厂仅靠一个厂长是不够的；但搞垮一个厂，一个厂长就足够了！”“二丝服”的今天，是否也印证了这句话呢？另外，“冰冻三尺非一日之寒”，二丝服悲剧的形成，并非一朝一夕之事，它的主管部门其间做了些什么，又有哪些无奈，我们也希望他们能站出来谈一谈。

这个专栏开出后，很多读者和企业都纷纷参与进来。比如，浙江富润集团总经理赵林中在看了一篇报道后，当即决定将这篇报道加上“编者按”在该公司的《富润党建通讯》上转发。他们所加的编者按说：“90年代初，我们曾向杭州第二丝绸服装厂学习过，他们的创业干劲和经营业绩，着实让我们感动过，可现在报道的却是他们的悲剧……‘二丝服’的老工人说‘二丝服是被自己打垮的’。群众看得何等尖锐、深刻。请各位厂长、全体高级职员，把‘二丝服’作为警钟，引以为鉴。”

（新华社主任记者、浙江经济报社副总编辑 卜玉超）

文章管理: wujiang (共计 687 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: 经济报道

- 对一条媒体涉外经济报道的反思 (2007-4-16)
- 我国当代经济报道写作观念变化 (2007-3-28)
- 经济报道提高可读性和深化主题的思路 (2006-10-25)
- 如何提高经济报道的新鲜度 (2006-3-22)
- 21世纪经济报道与经济观察报的试比较 (2006-2-1)

[>>更多](#)

← 我们是怎样形成经济报道特色的——谈《浙江经济报》的“三抓”思路 会员评论[共 0 篇] →

← 我要评论 →

会员名:

密码:

提交

重写

[关于CDDC](#)◆[联系CDDC](#)◆[投稿信箱](#)◆[会员注册](#)◆[版权声明](#)◆[隐私条款](#)◆[网站律师](#)◆[CDDC服务](#)◆[技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net  
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像.如有违反，追究法律责任.